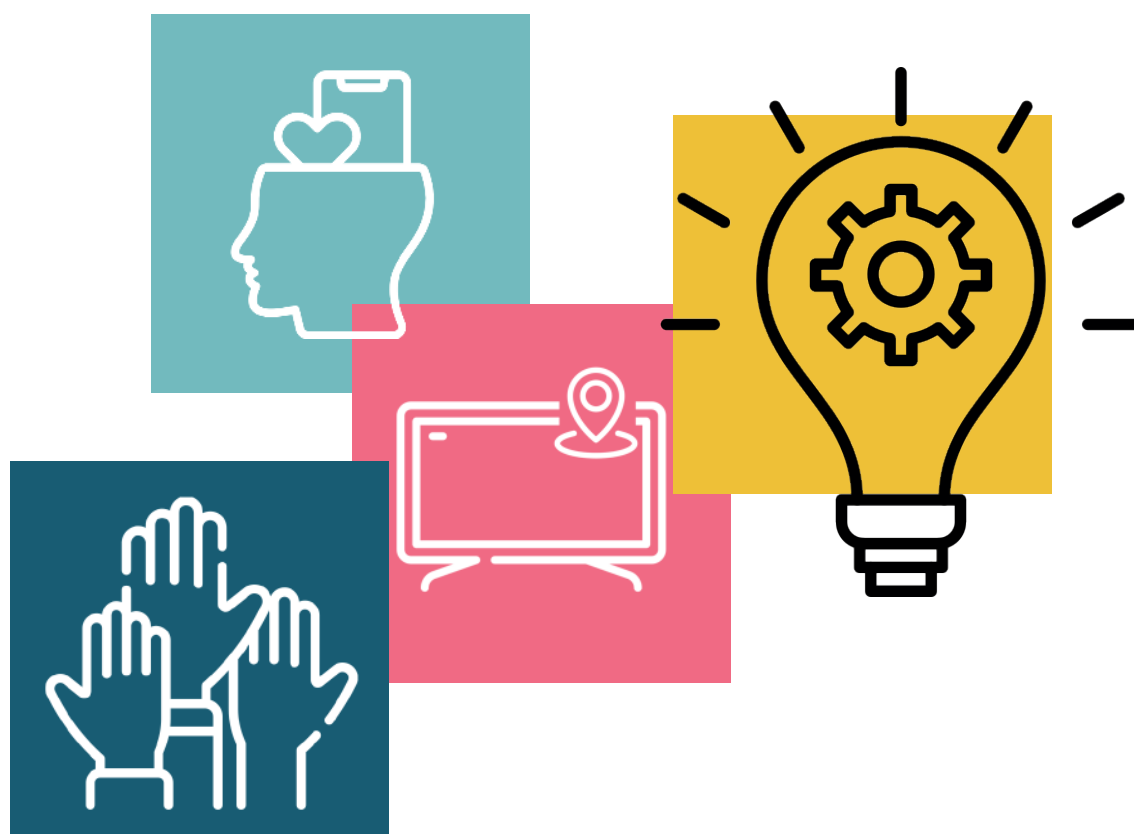


2024

Mémoire

des médias de proximité



12 médias de référence

ancrés, pertinents, efficaces et concurrentiels



RÉSEAU DES MÉDIAS
DE PROXIMITÉ



RÉSEAU DES MÉDIAS
DE PROXIMITÉ

Avant-propos

L'existence de douze médias de proximité est une richesse et une force pour la Fédération Wallonie-Bruxelles : cela permet de maintenir un maillage fort et cohérent, mais aussi de mettre en avant toutes les nuances et les spécificités de nos territoires.

Nous, médias de proximité, guidons les publics avec lesquels nous sommes en connexion directe, vers une information de qualité, vérifiée, sourcée, décryptée et mise en perspective. En un mot : fiable !

Ce travail est réalisé au quotidien à travers des journaux télévisés, des débats, des reportages et des magazines. Nous sommes un vecteur puissant de cohésion sociale. Notre maître mot : être au plus proche du citoyen.

Nous contribuons de manière significative au dynamisme économique et culturel de nos zones d'implantation et participons au développement de compétences au cœur de celles-ci. En cela, nous sommes un levier de développement local.

Nous nous réinventons en permanence et nous nous engageons à accélérer encore les développements numériques de nos médias, à poursuivre notre transformation digitale, aussi bien dans la production des contenus que dans leur mode de distribution.

Malgré des enveloppes budgétaires serrées, les MDP, c'est concrètement une audience quotidienne de 600.000 téléspectateurs, mais aussi près de 3 millions de visiteurs uniques par mois sur nos sites web et des centaines de milliers d'abonnés sur les réseaux sociaux, où nous sommes plus populaires que tous les autres médias francophones.

Nos concitoyens ont plus que jamais besoin de médias qui leur ressemblent et qui les rassemblent. Qui leur parlent de ce qui les touche, de ce qu'ils vivent au quotidien. Qui leur donnent accès à une information fiable et de qualité. Qui leur offrent des raisons de croire dans le développement local. Qui leur permettent de se penser comme des acteurs qui peuvent avoir un impact sur la vie collective.



Un ancrage local unique et un reflet de nos diversités

« **Pourvu qu'ils soient douze !** »

L'existence de douze médias de proximité (MDP) est une richesse et une force pour la Fédération Wallonie-Bruxelles (FWB) : cela permet de maintenir un maillage fort et cohérent, mais aussi de mettre en avant toutes les nuances et les spécificités de nos territoires.

Au regard des enjeux fondamentaux de notre époque, de ce qui se joue en termes de révolution numérique, de recul démocratique lié notamment à la méfiance à l'égard des médias mainstream, de montée des communautarismes et de mise en péril du vivre-ensemble, offrir aux citoyens une densité et une diversité de médias locaux et de qualité est plus que jamais nécessaire !

Aujourd'hui, la communication est omniprésente, continue. Vraie, fausse, fausse mais semblant vraie, détournée, manipulée et manipulable, commerciale, ... Nous sommes submergés d'images, d'écrits, de sons, de vidéos, qui rendent difficile l'appréciation de ce qui est fiable et de ce qui ne l'est pas. Les fake news sont une réalité et leur flux ne semble pas prêt de se tarir, en raison notamment de la démocratisation des outils de l'intelligence artificielle. Le citoyen se demande logiquement à qui se fier. Qui dit vrai ? Qui est indépendant et neutre, à l'abri des intérêts partisans ?

Dans ce paysage bouleversé par ces nouveaux codes de communication et ces nouveaux usages des médias, abandonner le terrain de l'information pour laisser le champ libre aux fournisseurs de contenus sans scrupules serait une véritable abdication. Comme nous y engageant les conventions que nous avons signées avec la Fédération Wallonie-Bruxelles, nous, médias de proximité, guidons les publics avec lesquels nous sommes en connexion directe, vers une information de qualité, vérifiée, sourcée, décryptée et mise en perspective. En un mot : fiable !

Nos missions fondamentales, sans que cela soit exhaustif, sont aussi de :

- décoder et clarifier les enjeux de nos territoires ;
- raccrocher (et rapprocher) les citoyens à ce qui fait leur quotidien ;
- faire connaître et valoriser les talents locaux, les patrimoines et le savoir-faire ;
- susciter le débat et animer la démocratie locale ;
- mettre en valeur la diversité et favoriser l'inclusion sociale ;
- promouvoir une éducation aux médias pertinente et efficace.



Ce travail est réalisé au quotidien à travers des journaux télévisés, des débats, des reportages, des magazines, comme par exemple l'émission de notéle « Place publique » qui permet aux citoyens d'interroger en direct les décideurs sur une problématique spécifique, ou l'émission de Télésambre « Gender Baby » qui est un exemple type pour ouvrir les publics à d'autres genres sans juger mais en tentant de décrypter ces nouveaux codes. Ou encore l'autre émission de Télésambre « C Local » qui met en avant des initiatives citoyennes dans toute la zone de couverture.

Connaissant parfaitement nos territoires et leurs spécificités, mais aussi les gens qui y vivent et y travaillent, nous sommes les champions de la « proximité empathique ». Les MDP, parce qu'ils tissent des liens jusque dans les moindres recoins et quartiers, sont les plus à même de lutter contre le sentiment « d'abandon », de « laissés pour compte » que certaines personnes peuvent nourrir, parce que trop éloignées des centres décisionnels. Par notre travail au plus près de nos publics, nous sommes un vecteur puissant de cohésion sociale. Ce travail de terrain et de confiance qui se construit patiemment pourrait sembler « anecdotique », mais il est pourtant un antidote puissant aux populismes et autres « prêt-à-penser » qui sapent le vivre-ensemble.

Au-delà de ces enjeux prioritaires pour la démocratie, nous contribuons de manière significative au dynamisme économique et culturel de nos zones d'implantation et participons au développement de compétences au cœur de celles-ci. En cela, nous sommes un levier de développement local ! De fait, les productions que nous initions sont un ferment essentiel pour tous les métiers du secteur : producteurs, réalisateurs, journalistes, infographistes, community managers, ingénieurs du son, cadresurs, monteurs, commerciaux, sous-titres, documentalistes, archivistes, ... Le maillage des MDP en FWB est riche, dense et complémentaire à celui des médias nationaux. Il constitue un atout inestimable pour nos régions mais aussi pour contrer la globalisation et les sentiments négatifs qu'elle inspire.

Pour renforcer encore nos atouts, nous souhaitons :

- Une meilleure compréhension de nos compétences par les décideurs politiques : notre connaissance fine et précise des enjeux locaux, nos aptitudes à produire rapidement une information de qualité et proche des citoyens, notre capacité incontestable à défendre la démocratie locale.
- Des moyens suffisants et adaptés à nos besoins réels pour nous permettre de remplir les nombreuses et indispensables missions de service public qui nous sont assignées. Il faut donc une adaptation du soutien financier institutionnel, principalement de la FWB, aux spécificités de chaque média.
- La reconnaissance de notre rôle démocratique majeur dans le renforcement du tissu social et économique local. Chaque MDP est un vecteur essentiel d'informations et de cohésion sociale, un rôle que nous sommes aujourd'hui les seuls à pouvoir assumer pleinement du fait de notre inscription au plus proche des réalités de terrain.



Agilité, créativité, proactivité :

des médias en phase avec les usages de leur public

Les premières « télés locales et communautaires » ont vu le jour il y a 50 ans. Des petits pas hésitants d'hier à la diffusion multiplateformes d'aujourd'hui, il y a un monde d'inventivité, de révolution numérique, de pugnacité et de volonté à remettre nos savoir-faire sur le métier pour les améliorer, les rendre plus efficaces et pertinents, en phase avec les attentes et les besoins de nos publics.

Il est loin le temps où les anciennes « télévisions locales » devaient se cantonner à une distribution en mode linéaire. Nous sommes désormais présents partout où on peut l'être et où cela fait sens : sur Facebook, Instagram, X, YouTube, LinkedIn, TikTok, Spotify, Deezer, Twitch et même en radio ou sur leur propre application mobile. Nous continuons à explorer les possibilités offertes par les évolutions numériques, comme celles de l'intelligence artificielle, sans tabou, mais toujours en questionnant la pertinence, l'éthique, l'efficacité et la durabilité.

Nous avançons chacun à notre rythme, mais dans tous les MDP, les hommes et les femmes qui font vivre nos médias démontrent au quotidien qu'ils sont des professionnels polyvalents, capables de se former, de passer d'un support à un autre, d'imaginer des contenus ad hoc pour chaque plateforme de diffusion, de faire preuve de créativité et d'agilité, le tout dans des enveloppes budgétaires serrées. Le maître-mot de nos métiers est l'adaptabilité, tout en gardant la rigueur, la pertinence et l'éthique au cœur de nos priorités.

Nous nous réinventons en permanence et nous nous engageons à accélérer encore les développements numériques de nos médias, à poursuivre notre transformation digitale, aussi bien dans la production des contenus que dans leur mode de distribution.

Pour être encore plus efficaces, nous plaidons pour :

- De la souplesse et de la flexibilité en matière de gestion des ressources humaines, notamment en ce qui concerne les profils de fonction des emplois subsidiés. Ainsi lors du remplacement d'un employé bénéficiant du subventionnement APE, il est quasi impossible de faire évoluer la fonction liée. Cela constitue un handicap sérieux alors que nos médias sont confrontés à des évolutions rapides, notamment en termes éditoriaux et technologiques.
- Un système de mesure d'audience cross-média (linéaire, non-linéaire, distributeurs, sites internet, réseaux sociaux, ...) afin de fournir une vue d'ensemble réaliste de l'utilisation des médias en FWB sur tous les écrans.
- Que les autorités de contrôle remplissent leur mission avec un regard ouvert et non tatillon. Nous avons tout à gagner d'une simplification administrative... et avant toute chose : du temps !
- Des aides accrues à la formation, notamment via des parcours qui doivent être certificatifs.



Les médias de proximité,

des champions des coûts maîtrisés !

Voyons les chiffres : la subvention de la FWB pour l'ensemble des 12 MDP est d'environ 13 millions d'euros par an. A titre de comparaison, la dotation allouée à la RTBF est trente fois supérieure. De manière imagée, on peut dire qu'un an de financement d'un MDP est équivalent à une journée de dotation à la RTBF.

Les MDP, c'est concrètement une audience quotidienne de 600.000 téléspectateurs, mais aussi près de 3 millions de visiteurs uniques par mois sur nos sites web et des centaines de milliers d'abonnés sur nos réseaux sociaux, où nous sommes plus populaires que tous les autres médias francophones.

Au regard des missions accomplies, des projets initiés, de la polyvalence et de la créativité de leurs équipes, les MDP peuvent se targuer d'un rapport qualité-prix imbattable : ils produisent pour beaucoup moins cher que les autres médias audiovisuels.

Par ailleurs, pour renforcer encore leur efficacité et gagner en qualité dans un contexte budgétaire tendu, les MDP poursuivent leurs avancées sur le chemin de la mutualisation des moyens et compétences, quand cela s'y prête. Le Réseau des médias de proximité (RMDP), structure unique en son genre dans le paysage audiovisuel européen, compte aujourd'hui une quinzaine d'employés. Sa « petite sœur », le GMDP, un groupement d'employeurs, une douzaine. A la demande des MDP, ces deux ASBL fédèrent et mutualisent tout ce qui peut l'être, avec une polyvalence de plus en plus grande : il peut s'agir de ressources humaines et administratives, de la programmation commune, de la commercialisation au-delà des zones de chacun, de ressources techniques, d'obligations en termes d'accessibilité (sous-titrage et audiodescription), d'archivage du patrimoine (numérisation, préservation, indexation), de la communication, ... Enfin, un nouveau comité numérique vient de voir le jour afin de fédérer et partager nos initiatives de développement numérique.

Pour rester compétitifs et être en phase avec les innovations, nous demandons :

- Une reconnaissance objective des apports des MDP à la collectivité, au regard des coûts réels.
- Une amélioration des ressources, via, notamment :
 - au niveau des régions, l'accès sur base ouverte et transparente à des sources de financement complémentaires ou sectorielles relatives à des programmes spécifiques par les Ministères et les organismes d'intérêt public ;
 - au niveau fédéral, l'élargissement du champ d'application du tax-shelter à des programmes de flux et à des productions commerciales et institutionnelles.
- Que l'indexation de l'ensemble des subventions soit garantie, afin de poursuivre nos développements et l'adaptation continue aux évolutions des technologies et des usages.
- Que la spécificité régionale de BX1 soit reconnue, notamment eu égard au financement de BRUZZ par la Communauté flamande.
- Que le système de contribution des distributeurs de services soit étendu à une contribution des fournisseurs d'accès à internet.
- Que les autorités publiques et les organismes publics redirigent leurs campagnes d'information et leurs investissements publicitaires vers les médias de la FWB.
- Qu'une partie des ressources publicitaires d'AUVIO soit attribuée à l'ensemble des médias de service public. Les investissements des grands annonceurs belges et internationaux sur une plateforme financée par les pouvoirs publics doivent pouvoir bénéficier à la production audiovisuelle des MDP, au-delà des clics générés sur leurs contenus propres.
- L'étude de mesures de dispenses fiscales, par exemple dans le cadre de l'acquisition ou du renouvellement du matériel technique.

Conclusion

Nos concitoyens ont plus que jamais besoin de médias qui leur ressemblent et qui les rassemblent. Qui leur parlent de ce qui les touche, de ce qu'ils vivent au quotidien. Qui leur donnent accès à une information fiable et de qualité. Qui leur offrent des raisons de croire dans le développement local. Qui leur permettent de se penser comme des acteurs qui peuvent avoir un impact sur la vie collective.

Leurs 12 MDP répondent à ces attentes et se développeront lors de la prochaine législature pour confirmer leur rôle de médias de référence ancrés, pertinents, efficaces et concurrentiels.

Les MDP, ce sont 12 entreprises avec leurs talents propres et totalement en phase avec leur époque. Ce sont des médias uniques en leur genre, mais qui savent aussi se fédérer et développer des projets communs.

Les 12 MDP, avril 2024.



Réseau des Médias de proximité
RMDP a.s.b.l

Place des Jardins de Baseilles, 19 bte 15
5101 Erpent (Belgique)

info@rmdp.be – www.mediasdeproximite.be

N° Entreprise 0419404937
TVA BE 419 404 937
BNP Paribas BE83 0011 3150 6515
Bic GEBABEBB – RPM Namur

